vinetur

Viña Albali consolida su liderazgo en el mercado español apostando por la innovación y adaptación a nuevos consumidores

Con nuevos formatos, una imagen renovada y propuestas como los vinos 0,0, sin renunciar a sus orígenes y a su apuesta por la calidad

jueves 26 de noviembre de 2026

ESCRITO POR ANA RODRIGUEZ GASCON



El mercado del vino evoluciona al ritmo de las nuevas preferencias de los consumidores, que demandan propuestas cada vez más variadas, formatos adaptados a diferentes ocasiones de consumo y alternativas que respondan a nuevos estilos de

vida. En este contexto, Viña Albali, una de las marcas insignia de Félix Solís Avantis, ha apostado por renovar su imagen, ampliar su gama de vinos y evolucionar su estrategia de comunicación para responder a los nuevos hábitos y preferencias de los consumidores, manteniendo la calidad y la tradición vitivinícola que han caracterizado su trayectoria.

Con sus raíces en Valdepeñas y elaborados con uvas procedentes de viñedos propios y de viticultores de la zona, sus vinos combinan tradición e innovación con una premisa común: ofrecer calidad a un precio accesible. Así, a sus referencias clásicas, como Crianza, Reserva y Gran Reserva, se suman vinos jóvenes, espumosos, frizzantes y ecológicos, además de nuevos lanzamientos como los vinos 0,0.

Esta evolución se refleja también en la renovación de su packaging y en su campaña televisiva, bajo el lema “El vino en el que coincidimos”. A través de situaciones cotidianas, como las discrepancias entre amigos sobre cómo vestirse para una boda o cuándo comienza la Navidad, la marca reivindica el valor de compartir mesa y disfrutar juntos de un buen vino.

Cinco años de liderazgo en el mercado español

Esta capacidad de adaptación se refleja en los resultados comerciales de Viña Albali. Según los datos de Nielsen IQ, actualizados hasta el 30 de octubre de 2026, su gama de vinos con Denominación de Origen es, por quinto año consecutivo, la más vendida en volumen entre las marcas de fabricante en el canal Alimentación en España.

“Viña Albali es una marca con una sólida trayectoria y un posicionamiento consolidado en el mercado español. Los datos de Nielsen IQ respaldan ese reconocimiento y nos animan a seguir trabajando con la misma exigencia para ofrecer vinos de calidad y responder a las expectativas de nuestros consumidores. Nuestro compromiso es seguir construyendo marcas fuertes, con una propuesta de valor clara y una comunicación rigurosa y transparente”, señala Félix Solís Ramos, director general Comercial y de Marketing de Félix Solís Avantis.

Innovación y adaptación a las necesidades del consumidor son parte esencial de la filosofía de Viña Albali.